

PAT-NO: JP02001350789A

DOCUMENT-IDENTIFIER: JP 2001350789 A

TITLE: USER PROFILE DATA MANAGING METHOD  
FOR INCENTIVE TYPE COMMERCIAL SYSTEM

PUBN-DATE: December 21, 2001

INVENTOR-INFORMATION:

NAME	COUNTRY
NOGUCHI, HIROKAZU	N/A

ASSIGNEE-INFORMATION:

NAME	COUNTRY
CYBER COIN KK	N/A

APPL-NO: JP2000173402

APPL-DATE: June 9, 2000

INT-CL (IPC): G06F017/30, G06F017/60

ABSTRACT:

PROBLEM TO BE SOLVED: To provide a novel business model capable of prompting update corresponding to the present data by making a registered user recognize that the profile data of the user are not matched with the present data in an incentive commercial system.

SOLUTION: The profile data of a system user 3 are recorded in a server provided in a system center 1 for each of users 3. Each of users 3 can freely

read a first picture for the index display of respective company CM on a home page 4 but a user 3, who does not satisfy the set conditions of a client 2, can not read a second picture concerning the CM of that client 2. Such a state is displayed on the display of a communication terminal that the user 3 has, and reported to the user, update of the profile data is prompted to the user and contents inputted corresponding to this updating request are rewritten as profile data of this user 3 in the server.

COPYRIGHT: (C)2001,JPO

(19) 日本国特許庁 (J P)

(12) 公開特許公報 (A)

(11) 特許出願公開番号

特開2001-350789

(P2001-350789A)

(43) 公開日 平成13年12月21日 (2001. 12. 21)

(51) Int.Cl. <sup>7</sup>	識別記号	F I	テーマコード* (参考)
G 0 6 F 17/30	3 4 0	G 0 6 F 17/30	3 4 0 A 5 B 0 4 9
	1 1 0		1 1 0 F 5 B 0 7 5
17/60	Z E C	17/60	Z E C
	3 2 4		3 2 4
	3 2 6		3 2 6

審査請求 未請求 請求項の数 5 O L (全 10 頁)

(21) 出願番号 特願2000-173402(P2000-173402)

(22) 出願日 平成12年6月9日 (2000. 6. 9)

(71) 出願人 501155467

サイバーコイン株式会社

東京都渋谷区東3丁目9番19号

(72) 発明者 野口 宏和

東京都渋谷区東3丁目9番19号 株式会社

ウイング・ラボ内

Fターム(参考) 5B049 BB49 DD01 EE05 FF01 GG02

5B075 KK07 PP02 PP03 PP12 PP13

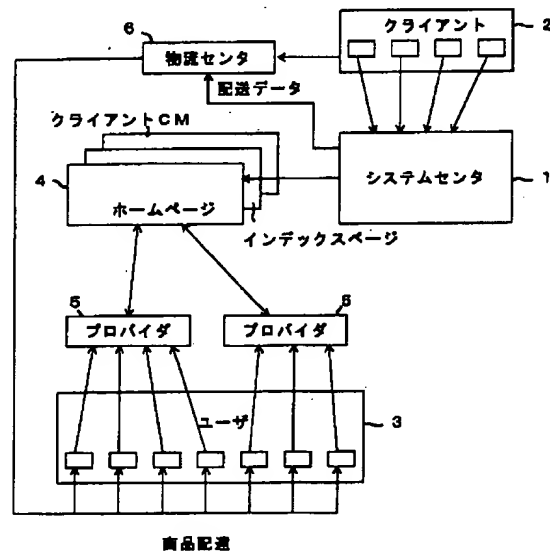
PP30 PQ02 PR08

(54) 【発明の名称】 インセンティブ型商業システムにおけるユーザプロフィールデータ管理方法

(57) 【要約】 (修正有)

【課題】 インセンティブ型商業システムにおいて、登録ユーザのプロフィールデータが現状と合致しなくなっている場合にそれをユーザに認知させ、現状にあわせてアップデートすることを促すことのできる新規なビジネスモデルを提供する。

【解決手段】 システム利用ユーザ3のプロフィールデータはユーザ3ごとにシステムセンタ1に備えられるサーバに記録されている。各ユーザ3はホームページ4において各社CMをインデックス表示する第1の画面を自由に閲覧することができるが、クライアント2の設定条件を満たさないユーザ3はそのクライアント2のCMについての第2の画面を閲覧することができない。このことをユーザ3が持つ通信端末のディスプレイに表示させてユーザ3に告知し、ユーザ3に対してプロフィールデータの更新を促し、この更新要求に応じて入力された内容をサーバにおける該ユーザ3のプロフィールデータとして書き換える。



## 【特許請求の範囲】

【請求項1】インターネット等の双方向通信メディアを通じて配信されるコマーシャルを閲覧したユーザに対して特典を付与するインセンティブ型コマーシャルシステムにおいて、このシステムを利用しようとするユーザの希望を受けて該ユーザに関するプロフィールデータの入力求め、この入力要求に応じて入力されたプロフィールデータをユーザごとにサーバに記録し、一方、広告主からの広告配信依頼に応じたコマーシャルを上記双方向通信メディアを通じて配信する際に、コマーシャルをインデックス表示する第1の表示画面とコマーシャルの具体的な内容を表示する第2の表示画面とを含む階層表示形態で配信し、且つ、第1の表示画面は広くユーザにより閲覧可能であるが第2の表示画面は広告主により指定されたプロフィールデータに含まれる一の条件または複数の条件の組み合わせを満たすユーザのみが閲覧可能であるように設定するとともに、第1の表示画面にインデックス表示された各コマーシャルについてそのユーザが広告主による指定条件を満たしているか否かを前記サーバに記録されている該ユーザのプロフィールデータと照合することによって判定して該第1の表示画面の各コマーシャルについて第2の表示画面を閲覧可能であるか否かをユーザに対して告知するものとし、ユーザが第1の表示画面にインデックス表示されているが第2の表示画面は閲覧不能であるとされている特定のコマーシャルについて第2の表示画面への移行を希望したときに該ユーザに対してプロフィールデータの更新を促し、この更新要求に応じて入力された内容を前記サーバにおける該ユーザのプロフィールデータとして書き換えることを特徴とする、インセンティブ型コマーシャルシステムにおけるユーザプロフィールデータ管理方法。

【請求項2】インターネット等の双方向通信メディアを通じて配信されるコマーシャルを閲覧したユーザに対して特典を付与するインセンティブ型コマーシャルシステムにおいて、このシステムを利用しようとするユーザの希望を受けて該ユーザに関するプロフィールデータの入力求め、この入力要求に応じて入力されたプロフィールデータをユーザごとにサーバに記録し、一方、広告主からの広告配信依頼に応じたコマーシャルを上記双方向通信メディアを通じて配信する際に、コマーシャルをインデックス表示する第1の表示画面とコマーシャルの具体的な内容を表示する第2の表示画面とを含む階層表示形態で配信し、且つ、第1の表示画面は広くユーザにより閲覧可能であるが第2の表示画面は広告主により指定されたプロフィールデータに含まれる一の条件または複数の条件の組み合わせを満たすユーザのみが閲覧可能であるように設定するものとし、ユーザが第1の表示画面にインデックス表示された中の特定のコマーシャルについて第2の表示画面に移行しようとしたときに該ユーザが該コマーシャルについて広告主が指定した条件を満たし

ているか否かを前記サーバに記録されている該ユーザのプロフィールデータと照合することによって判定し、該ユーザが広告主の指定条件を満たしていないと判定されたときに該ユーザに対してプロフィールデータの更新を促し、この更新要求に応じて入力された内容を前記サーバにおける該ユーザのプロフィールデータとして書き換えることを特徴とする、インセンティブ型コマーシャルシステムにおけるユーザプロフィールデータ管理方法。

【請求項3】書き換えられたプロフィールデータが前記広告主の指定条件を満たしているときに、そのユーザに対して第2の表示画面の閲覧を許容することを特徴とする、請求項1または2のユーザプロフィールデータ管理方法。

【請求項4】インターネット等の双方向通信メディアを通じて配信されるコマーシャルを閲覧したユーザに対して特典を付与するインセンティブ型コマーシャルシステムにおいて、このシステムを利用しようとするユーザの希望を受けて該ユーザに関するプロフィールデータの入力求め、この入力要求に応じて入力されたプロフィールデータをユーザごとにサーバに記録し、一方、広告主が広告配信を依頼するときに、コマーシャルを閲覧したユーザのうち、広告主により指定されたプロフィールデータに含まれる一の条件または複数の条件の組み合わせを満たすユーザのみに対して所定の特典を付与するように設定するものとし、ユーザが特定のコマーシャルを閲覧しあるいは閲覧しようとするとき、そのユーザが該コマーシャルについて広告主による指定条件を満たしているか否かを前記サーバに記録されている該ユーザのプロフィールデータと照合することによって判定してその判定結果を該ユーザに告知し、該ユーザに対してプロフィールデータの更新を促し、この更新要求に応じて入力された内容を前記サーバにおける該ユーザのプロフィールデータとして書き換えることを特徴とする、インセンティブ型コマーシャルシステムにおけるユーザプロフィールデータ管理方法。

【請求項5】書き換えられたプロフィールデータが前記広告主の指定条件を満たしているときに、そのユーザに対して該コマーシャルについて設定された特典を与えることを特徴とする、請求項4のユーザプロフィールデータ管理方法。

## 【発明の詳細な説明】

## 【0001】

【発明の属する技術分野】本発明はインターネットやCATV等の双方向通信メディアを通じて配信されるインセンティブ型コマーシャルシステムにおけるユーザプロフィールデータ管理方法に関する。

## 【0002】

【従来の技術】本出願人は「双方向メディアを利用した流通システム」に関する特許第2948752号を取得している。この特許発明によれば、コマーシャル依頼者

(広告主)からの依頼に応じて該広告主の商品またはサービスに関する広告放送が電話回線やCATVあるいはインターネット等の双方向通信手段を介して配信され、これをユーザがモニターを通じて視聴したことの広告視聴データが該モニターに接続される記録体に累積的に記録される。

【0003】この特許発明はいわゆるインセンティブ型コマーシャルの先鞭をなすものであり、広告主にとっては広告による商品需要喚起効果を高めると共に広告視聴と商品需要(販売実績)との相関性を明確に把握できるため、マーケティングや発注・受注を的確且つ迅速に行うことができる利点があり、一方ユーザにとっては広告の累積視聴に応じた特典(インセンティブ)を受けることができるというメリットがある。

【0004】このようなインセンティブ型コマーシャルシステムの具体的実施形態の一例として、システムを運営するセンタがインターネット上においてショッピングモールを構築し、登録ユーザは、上述のようにして広告累積視聴によって獲得した特典を電子マネーに換算して、該ショッピングモールでのショッピングにおいて代

金として使用可能とすることが考えられる。

【0005】このシステムを利用しようとするユーザは、センタが開設するホームページ等において利用希望を伝える。ユーザからの利用希望を受けたセンタは、そのユーザに対して、住所、氏名、性別、生年月日、電話番号、電子メールアドレス、職業、年収、家族構成、趣味等の入力を求め、入力されたユーザプロフィールデータをセンタに備えるサーバにユーザごとに記録する。このようなユーザプロフィールデータを記録しておくことで、広告視聴傾向やオンライン上でのショッピング実績等を年齢や地域等の条件に対応させて様々なマーケティングリサーチを行うことができる。

【0006】

【発明が解決しようとする課題】ところが、従来のシステムではユーザプロフィールデータに変更があっても、その更新をユーザに積極的に促す手段が存在しなかった。ホームページ上においてユーザプロフィールデータを自発的に更新することは可能であっても、ユーザにとって、それは何の利益も生まない面倒なだけの作業であり、ほとんど実効性を期待することができない。サーバにおいて記録されているユーザプロフィールデータがそのユーザの現状を反映していないものであると、前記したようなマーケティングリサーチの精度が低下し、広告主にとっての利点が損なわれる。

【0007】また、インセンティブ型コマーシャルシステムを稼動する上で、広告主は、ある一定のユーザ層に絞ってコマーシャルを配信したいと考える場合がある。たとえば化粧品の購買者は一般に女性に限られるので、化粧品のコマーシャルを男性ユーザに配信する必要性はほとんどないものと考えられる。自動車ディーラーが広

告主である場合、そのコマーシャルはディーラー所在地を中心とする近隣地域に居住または勤務するユーザに対して配信すれば十分であり、さらにユーザプロフィールデータにユーザが所有する自動車の時期車検日が含まれている場合は、車検切れの迫ったユーザに対して買い換えを促すコマーシャルをダイレクトメールのようにして配信することも有意義であろう。高額な輸入車を扱うディーラーであれば一定以上の年収のユーザに限定してコマーシャル配信することも考えられる。

【0008】広告主にとってコマーシャル閲覧可能なユーザ層を絞り込むことは、自社商品の潜在的需要者に対して特典を付与するというインセンティブ型コマーシャルの本質を追究しつつ、ほとんど自社商品の購入に結びつかないであろうと考えられるユーザによる閲覧を排除し、そのようなユーザに対して無駄に特典を付与することの経済的損失を未然に防止するための重要な戦略となり得るものである。

【0009】このような広告主のニーズは、広告主からセンタに与える広告配信依頼に、その広告を閲覧可能とするユーザ層を限定するための条件設定を含ませることで実現することができる。センタは、広告主により指定された条件をサーバに記録されているユーザプロフィールデータと照合し、その条件を満たすユーザのみが閲覧可能であるように広告を配信する。

【0010】ところが、サーバに記録されているユーザプロフィールデータがそのユーザの現状とは異なっていると、本来広告主にとって閲覧して欲しいユーザが閲覧できなかったり、反対に閲覧して欲しくないユーザが閲覧できることになり、前述の目的を有効に達成することができない。このような不利を回避するためにも、ユーザプロフィールデータのアップデートをユーザに対して積極的に促す有効な手段を講ずることが望まれる。

【0011】

【課題を解決するための手段】そこで本発明は、インセンティブ型コマーシャルシステムにおいて、登録ユーザのプロフィールデータが現状と合致しなくなっている場合にそれをユーザに認知させ、現状にあわせてアップデートすることを促すことのできる新規なビジネスモデルを提供することを目的とする。

【0012】この目的を達成するため、請求項1にかかる本発明は、インターネット等の双方向通信メディアを通じて配信されるコマーシャルを閲覧したユーザに対して特典を付与するインセンティブ型コマーシャルシステムにおいて、このシステムを利用しようとするユーザの希望を受けて該ユーザに関するプロフィールデータの入力を求め、この入力要求に応じて入力されたプロフィールデータをユーザごとにサーバに記録し、一方、広告主からの広告配信依頼に応じたコマーシャルを上記双方向通信メディアを通じて配信する際に、コマーシャルをインデックス表示する第1の表示画面とコマーシャルの具

体的内容を表示する第2の表示画面とを含む階層表示形態で配信し、且つ、第1の表示画面は広くユーザにより閲覧可能であるが第2の表示画面は広告主により指定されたプロフィールデータに含まれる一の条件または複数の条件の組み合わせを満たすユーザのみが閲覧可能であるように設定するとともに、第1の表示画面にインデックス表示された各コマーシャルについてそのユーザが広告主による指定条件を満たしているか否かを前記サーバに記録されている該ユーザのプロフィールデータと照合することによって判定して該第1の表示画面の各コマーシャルについて第2の表示画面を閲覧可能であるか否かをユーザに対して告知するものとし、ユーザが第1の表示画面にインデックス表示されているが第2の表示画面は閲覧不能であるとされている特定のコマーシャルについて第2の表示画面への移行を希望したときに該ユーザに対してプロフィールデータの更新を促し、この更新要求に応じて入力された内容を前記サーバにおける該ユーザのプロフィールデータとして書き換えることを特徴とする、インセンティブ型コマーシャルシステムにおけるユーザプロフィールデータ管理方法である。

【0013】請求項2にかかる本発明は、インターネット等の双方向通信メディアを通じて配信されるコマーシャルを閲覧したユーザに対して特典を付与するインセンティブ型コマーシャルシステムにおいて、このシステムを利用しようとするユーザの希望を受けて該ユーザに関するプロフィールデータの inputs を求め、この入力要求に応じて入力されたプロフィールデータをユーザごとにサーバに記録し、一方、広告主からの広告配信依頼に応じたコマーシャルを上記双方向通信メディアを通じて配信し、その際、コマーシャルをインデックス表示する第1の表示画面とコマーシャルの具体的内容を表示する第2の表示画面とを含む階層表示形態で配信し、且つ、第1の表示画面は広くユーザにより閲覧可能であるが第2の表示画面は広告主により指定されたプロフィールデータに含まれる一の条件または複数の条件の組み合わせを満たすユーザのみが閲覧可能であるように設定するものとし、ユーザが第1の表示画面にインデックス表示された中の特定のコマーシャルについて第2の表示画面に移行しようとしたときに該ユーザが該コマーシャルについて広告主が指定した条件を満たしているか否かを前記サーバに記録されている該ユーザのプロフィールデータと照合することによって判定し、該ユーザが広告主の指定条件を満たしていないと判定されたときに該ユーザに対してプロフィールデータの更新を促し、この更新要求に応じて入力された内容を前記サーバにおける該ユーザのプロフィールデータとして書き換えることを特徴とする、インセンティブ型コマーシャルシステムにおけるユーザプロフィールデータ管理方法である。

【0014】請求項3にかかる本発明は、請求項1または2のユーザプロフィールデータ管理方法において、書

き換えられたプロフィールデータが前記広告主の指定条件を満たしているときに、そのユーザに対して第2の表示画面の閲覧を許容することを特徴とする。

【0015】請求項4にかかる本発明は、インターネット等の双方向通信メディアを通じて配信されるコマーシャルを閲覧したユーザに対して特典を付与するインセンティブ型コマーシャルシステムにおいて、このシステムを利用しようとするユーザの希望を受けて該ユーザに関するプロフィールデータの inputs を求め、この入力要求に応じて入力されたプロフィールデータをユーザごとにサーバに記録し、一方、広告主が広告配信を依頼するときに、コマーシャルを閲覧したユーザのうち、広告主により指定されたプロフィールデータに含まれる一の条件または複数の条件の組み合わせを満たすユーザのみに対して所定の特典を付与するように設定するものとし、ユーザが特定のコマーシャルを閲覧しあるいは閲覧しようとするとき、そのユーザが該コマーシャルについて広告主による指定条件を満たしているか否かを前記サーバに記録されている該ユーザのプロフィールデータと照合することによって判定してその判定結果を該ユーザに告知し、該ユーザに対してプロフィールデータの更新を促し、この更新要求に応じて入力された内容を前記サーバにおける該ユーザのプロフィールデータとして書き換えることを特徴とする、インセンティブ型コマーシャルシステムにおけるユーザプロフィールデータ管理方法である。

【0016】請求項5にかかる本発明は、請求項4のユーザプロフィールデータ管理方法において、書き換えられたプロフィールデータが前記広告主の指定条件を満たしているときに、そのユーザに対して該コマーシャルについて設定された特典を与えることを特徴とする。

【0017】

【発明の実施の形態】図1は本発明の一実施形態によるインセンティブ型コマーシャルシステムを示す概略構成図である。このシステムは、システム全体の管理運営を行うシステムセンタ1と、システムセンタと契約して広告配信を依頼する広告依頼者（クライアント）2と、クライアントの広告を閲覧するためのモニターを備えた通信端末機（たとえばパーソナルコンピュータや携帯電話）を所有、保有または携帯する登録ユーザ3とで構成される。

【0018】システムセンタ1はインターネット上にホームページ4を開設し、各クライアントの依頼に応じた広告をこのホームページに掲載する。各ユーザは契約プロバイダ5を通じてこのホームページにアクセスすることができ、モニターに広告を表示させて閲覧することができる。

【0019】ホームページ4には多数のクライアントの広告が掲載されるので、階層構造としてユーザが希望する商品またはサービス（以下、単に商品とする）の広告

を簡単且つ迅速に閲覧できるようにすることが好ましい。このため、ユーザがホームページ4にアクセスすると、まず第1の表示画面として多数の商品またはクライアントがリストされたインデックスページが表示され、このインデックスページにおいてユーザが希望する特定の商品またはクライアントを指定する（クリックする）と、その商品またはクライアントに関するコマースの具体的内容が表示された第2の表示画面が現れるように設定されている。たとえば、第2の表示画面はそのクライアントが開設するホームページであってよく、第1の表示画面において特定のクライアントが指定されたときに該クライアントのホームページにジャンプするように設定することができる。

【0020】このサービスを利用するためにはユーザは会員登録する必要がある。会員登録はホームページ4上で可能である。登録時に、ユーザの住所、氏名、性別、生年月日、電話番号、電子メールアドレス、職業、年収、家族構成、趣味等の入力ユーザに求める（図2参照）。この入力要求に応答してユーザにより入力されたユーザプロフィールデータは、センタ1に備えられるサーバにユーザごとに登録される。これにより、クライアントにとっては、広告視聴傾向やオンライン上でのショッピング実績等を年齢や地域等の条件に対応させて様々なマーケティングリサーチを行うことが可能となる。

【0021】ユーザプロフィールデータ入力後、センタはユーザに対して固有のID番号を付与し、ユーザからのパスワード入力を得てユーザ登録が完了する。

【0022】また、クライアントは、センタに広告配信依頼を行うときに、これらユーザプロフィールデータに含まれる一の条件を設定し、あるいは複数の条件を任意に組み合わせて設定することで、特定の条件（年齢や性別等）を満たすユーザだけに広告を提供することができる。これによりクライアント側で広告視聴可能なユーザ層を絞り込むことができ、商品購入に結びつく可能性の少ない「ひやかし」的な広告視聴を未然に排除することができる。このようにして閲覧可能なユーザを限定するための条件設定がなされている広告は、インデックスページである第1の表示画面にはインデックス（リスト）表示されるが、その具体的内容を表示する第2の表示画面に移行することができるユーザは、該設定条件を満たしているユーザに限られる。

【0023】具体的には、第1の表示画面を閲覧するユーザが、そこにインデックス表示された各広告についてクライアントから指定された条件を満たしているか否かを、センタ1が備えるサーバに記録されたユーザプロフィールデータと照合することによって判定し、その判定結果、すなわちそのユーザが第2の表示画面を閲覧可能であるか否かを示す表示を第1の表示画面中の各広告につけておく。たとえば、ホームページにアクセスしたユーザのプロフィールデータを確認して、そのユーザが第

2の表示画面に移行して閲覧可能な広告にはブリンク（点滅）表示等により閲覧可能であることをユーザに対して告知する（図3参照）。これにより、ユーザは第1の表示画面においてインデックス表示された各広告について、第2の表示画面に移行してより詳細な広告内容を閲覧可能である広告と、第2の表示画面が閲覧不能である広告とを識別することができる。図3ではブリンク表示されたC社の広告についてはこれを第1の表示画面においてクリックすることによって第2の表示画面に移行して閲覧可能であるが、ブリンク表示のない他社の広告は第2の表示画面を閲覧することができない。ブリンク表示のない広告はクリック不能に設定されている。

【0024】ここでブリンク表示のない広告がユーザによってクリックされると、「あなたの現在のプロフィールデータではこのCMを見ることができません。プロフィールデータを更新しますか？」のようなメッセージを画面表示して、ユーザにプロフィールデータの更新を促し、ユーザからの回答を得た後に、プロフィールデータ更新画面にジャンプする。あるいは、ブリンク表示のない広告がクリックされたときに自動的にプロフィールデータ更新画面にジャンプするように設定してもよい。あるいは、第1の表示画面において、あらかじめ「ブリンクされていないCMはあなたの現在のプロフィールデータでは見ることができません。プロフィールデータを更新しますか？」のようなメッセージを表示しておいてもよい。

【0025】プロフィールデータ更新画面は、登録時のプロフィールデータ入力画面（図2）に近似したものとすることができ、ユーザに変更項目を指定させ、その項目について変更後のデータ入力を求める。センタは、これに応じて入力された内容を前記サーバにおける該ユーザのプロフィールデータとして書き換える。

【0026】書き換えられた後のプロフィールデータがクライアントの指定条件を満たすものとなった場合は、そのクライアントの広告が第1の表示画面においてブリンク表示され、第2の表示画面に移行して閲覧可能となったことをユーザに知らせる。

【0027】好ましい実施例において、第1の表示画面（図3）には、第2の表示画面に移行して閲覧したときにユーザに対して与えられる特典（広告視聴ポイント）が各広告について表示されている。

【0028】図3に示される第1の表示画面は自動車メーカーまたはディーラー各社がインデックス表示されている。このユーザは、現在のプロフィールデータではA社の広告を第2の表示画面で閲覧することができない。たとえば、A社が比較的高価な輸入車を専門に扱うディーラーであって一定以上の年収のユーザのみに対して第2の表示画面の閲覧を許容するように条件設定している場合において、現在のプロフィールデータによるとこのユーザは上記年収基準を下回っているため、A社の広告

を第2の表示画面で閲覧することができない。このユーザが当初入力したプロフィールデータにおける年収から現在では大幅に増加してA社の設定する年収基準を上回っているとしても、サーバにおける記録が当初の入力内容のままであれば、A社の広告を第2の表示画面で閲覧することができない状況は変わらない。

【0029】この場合において、ユーザがA社の広告を第2の表示画面に移行して閲覧することを希望し、プロフィールデータを現状にあわせて更新すれば閲覧可能となる（A社の設定条件を満たすようになる）と考えたときには、前記メッセージに回答してプロフィールデータを積極的に更新することを希望するであろう。インセンティブ型コマmercialシステムにおいては広告視聴（この実施形態においては第2の表示画面の閲覧）によってユーザに特典が与えられるので、特典を獲得するために、ユーザが積極的にプロフィールデータを更新することに対する大きな動機付けが存在する。特に、リンク表示されていない広告（たとえばA社）にリンク表示されている広告（C社）よりも高い広告視聴ポイントがつけられているときには、ユーザは前者の広告を閲覧することに對してより強い希望を持つ傾向にあり、そのようなユーザに対してプロフィールデータを更新するように誘導することができる。

【0030】上述の例では、第1の表示画面にインデックス表示された各広告についてあらかじめそのユーザがクライアントによる設定条件を満たしているか否かを判定してその判定結果を第1の表示画面において表示するものとしたが、これに代えて、第1の表示画面にインデックス表示された中の特定の広告について第2の表示画面に移行するようユーザから要求されたとき（たとえばクリックされたとき）に、センタが、まずその広告が閲覧可能ユーザを限定するための条件設定がなされているものであるか否かを判定し、条件設定がなされているときは、次いで、そのユーザがその広告についてクライアントによる設定条件を満たしているか否かをサーバに登録されているユーザプロフィールデータと照合することによって判定するようにしてもよい。この場合、判定結果がイエスであるときはユーザの要求に応じて第2の表示画面への移行を許容して、その広告の具体的内容をユーザが閲覧可能とするが、判定結果がノーであるときは、前述の場合と同様に「あなたの現在のプロフィールデータではこのCMを見ることができません。プロフィールデータを更新しますか？」のようなメッセージを画面表示する等の手法により、ユーザにプロフィールデータの更新を促す。ユーザがプロフィールデータ更新画面において更新データを入力すると、センタは、入力された内容を前記サーバにおける該ユーザのプロフィールデータとして書き換える。書き換えられたプロフィールデータがクライアントの設定条件を満たすものとなった場合は、ユーザは当該広告の具体的内容を第2の表示画面

において閲覧可能となる。

【0031】あるいは、クライアントの設定条件を満たさないユーザに対しても第2の表示画面に移行して閲覧を認めるが、そのようなユーザには閲覧しても広告視聴ポイントを与えないように設定することも可能である。この場合には、たとえば第1の表示画面（図3）において「あなたの現在のプロフィールデータではリンク表示されていないCMを閲覧してもそのCMについての広告視聴ポイントを獲得することができません。プロフィールデータを更新しますか？」のようなメッセージを表示して、ユーザにプロフィールデータの更新を促すことができる。あるいは、第1の表示画面においてインデックス表示された中の一のCMがクリックされたときに、そのユーザのプロフィールデータをサーバの記録内容を照合することによって確認し、そのCMについて設定されている条件を満たしていない場合には、第2の表示画面において「あなたの現在のプロフィールデータではこのCMを閲覧しても広告視聴ポイントを獲得することができません。プロフィールデータを更新しますか？」のようなメッセージを表示して、ユーザにプロフィールデータの更新を促すことができる。いずれの場合であっても、このようなメッセージに回答してユーザがプロフィール更新画面においてデータを更新すると、前記サーバにおける該ユーザのプロフィールデータが書き換えられアップデートされる。

【0032】既に述べたように、クライアントは商品広告配信をセンタに依頼する際に、その広告をユーザが視聴したとき（第2の表示画面を閲覧したとき）にユーザに与える特典として広告視聴ポイントを設定する。この広告視聴ポイントは、ホームページ上で閲覧可能とされる広告画面において表示され、広告を視聴したユーザはそれによって獲得する広告視聴ポイントが具体的に何ポイントであるかを認識することができる。好ましくは第1の表示画面においてもインデックス表示された広告に付してその広告視聴によって与えられる広告視聴ポイントが表示されている。

【0033】広告視聴ポイントをどのように設定するかはクライアントの任意である。広告視聴ポイントを比較的高く設定すれば、ユーザが商品購入する際のメリットが大きくなるため購入意欲を惹起させる効果が大きくなると考えられる。広告視聴ポイントは、特定の商品または特定のクライアントの広告の1回の視聴に対して与えられるが、複数回の視聴に対して広告視聴ポイントを累積可能とするか否か、累積する場合の加算率、あるいは上限設定等もクライアントの任意である。たとえば1回の広告視聴に対して100ポイントを付与し、10回まで100ポイント×回数の累積を許容して上限1000ポイントで打ちきるように設定することができる。あるいは最初の広告視聴には100ポイントを付与するが2回目以降5回目までは毎回50ポイント、6～10回目



までは毎回30ポイントを付与するようにしても良い。反対に広告視聴回数が増えると加算ポイントが大きくなるようにしても良い。

【0034】また、広告視聴ポイントには有効期限をつけることができる。有効期限としては発行日（広告視聴日）から数ヶ月ないし1年以内とすることが实际的である。このように有効期限を設定することで、ユーザの商品購入意欲を高めることができ、クライアントにとっては広告配信に要したコストを回収できる可能性が増大する。

【0035】好適な実施形態において、クライアントは、広告視聴ポイントに種別をつけることができる。すなわち、広告視聴ポイントとして、特定の商品あるいは特定のクライアントが提供する商品を購入する場合にのみ有効な限定視聴ポイントと、商品あるいはクライアントを特定しない非限定視聴ポイントのいずれかを任意に設定することができる。ここでは限定視聴ポイントをクロージマナー、非限定視聴ポイントをオープンマナーと呼ぶ。

【0036】この場合、各ユーザの通信端末機に内蔵されたメモリには、クロージマナーの対象とされた広告を視聴したときに該広告にかかる商品毎あるいはクライアント毎にクロージマナーを格納する第1の格納エリアと、オープンマナーの対象とされた広告を視聴したときにオープンマナーを格納する第2の格納エリアとを有している。第1の格納エリアに商品毎またはクライアント毎に格納されたクロージマナーは、ユーザが当該特定の商品または当該特定のクライアントが提供する商品を購入する場合にのみ有効であり、第2の格納エリアに格納されたオープンマナーは非限定的な商品購入において広く有効である。

【0037】図4は各ユーザが所有、保有または携帯する通信端末機の概略構成を示すブロック図であり、データ処理および各部の動作制御を行うCPU（中央処理装置）10と、このCPU10に接続されたディスプレイ11、メモリ12および入力装置13を有している。また、CPU10にはインターフェース（I/F）14を介して通信制御装置15が接続されており、電話回線からアンテナ（図示せず）で受信した受信データ（広告視聴データ）がCPU10で処理されてディスプレイ11に表示されると共にメモリ12に格納され、また、CPU10で処理されたデータがアンテナから電話回線で送信されるようになっている。

【0038】ディスプレイ11は一般にLCDやCRTディスプレイとして構成され、メモリ12は一般にメモリチップやICカードとして構成され、入力装置13は一般にテンキーその他の操作キーよりなるキー配列やタッチパネルとして構成されているが、特に限定されない。上述のように、メモリ12は、クロージマナーを格納するエリア121とオープンマナーを格納するエリア

122とを備えている。各ユーザの通信端末機のメモリ12のエリア121、122に格納されている記憶内容（クロージマナーおよびオープンマナーの残高や履歴）はシステムセンタ1が備えるサーバにも同一内容で記憶されている。ユーザは、入力装置13における所要の操作により、メモリ12のエリア121および122に蓄積されているクロージマナーおよびオープンマナーの現時点での残高をディスプレイ11に表示させて確認することができる。

10 【0039】好適な実施形態によれば、ホームページ4には各クライアントの広告の他に、各クライアントの各種商品をオンライン購入可能なショッピングモールが展開されている。あるいはユーザが特定の広告にアクセスしているときにその広告表示画面において当該広告にかかる商品を購入可能な構成としても良い。ユーザが通信端末機の入力装置13を介して商品購入すると、そのオーダーがシステムセンタ1に送信される。システムセンタ1は商品オーダーに対応する配送データを作成して物流センタ6に商品配送を依頼する。物流センタ6はその商品をクライアント2または関連会社から受け、オーダー元のユーザ宅またはその他の指定場所に配達する。

【0040】

【発明の効果】以上に説明したように、本発明は、インセンティブ型コマースシステムにおいて重要な役割を果たすユーザプロフィールデータについて、ユーザに対してこれを更新するように促すものであり、ユーザはコマース閲覧による特典を得るためにこの要請に応じて積極的に自己のプロフィールデータを更新するものと期待することができる。

30 【0041】ユーザによりプロフィールデータの変更が入力されると、その入力事項に応じてシステムセンタに備えられるサーバに記録されるプロフィールデータが書き換えられる。これによりユーザは、これまで閲覧することができなかったコマースを閲覧可能となつてそれによる特典を受けることができるようになり、あるいは閲覧しても特典が与えられなかったコマースについて閲覧による特典を受けることができるようになり、インセンティブ型コマースシステムの会員としてのメリットを享受することができるようになる。

40 【0042】また、このようにしてユーザにプロフィールデータの更新を促すことによって、サーバにおけるユーザプロフィールデータは常にユーザの現状を反映したものとなり、クライアントにとっても正確なマーケティングが可能になる等大きなメリットとなる。

【図面の簡単な説明】

【図1】本発明の一実施形態によるインセンティブ型コマースシステムを示す概略構成図である。

【図2】図1のシステムにおいて会員登録を希望するユーザに対してそのプロフィールデータの入力を要求する画面を模式的に示すイラスト図である。

【図3】図1のシステムにおいて登録ユーザに対して各クライアントのCMをインデックス表示するとともに、各CMについてそのユーザがより詳細な内容のCMを閲覧可能であるか否かの識別表示を付した第1の表示画面を模式的に示すイラスト図である。

【図4】図1のシステムにおいて各ユーザが所有、保有または携帯する通信端末機の概略構成を示すブロック図である。

【符号の説明】

1 システムセンタ

2 クライアント（広告依頼者）

3 ユーザ

4 ホームページ

5 プロバイダ

6 物流センタ

10 CPU（メモリ書換手段）

11 ディスプレイ

12 メモリ

121 クローズマネー（限定視聴ポイント）を蓄積する第1の格納エリア

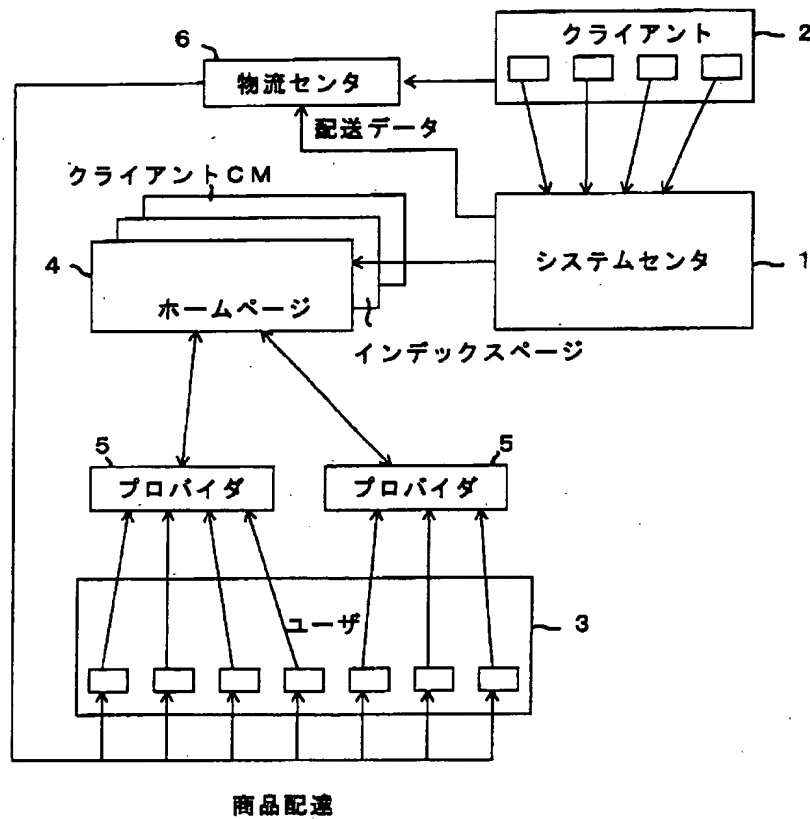
122 オープンマネー（非限定視聴ポイント）を蓄積する第2の格納エリア

10 13 入力装置

14 インターフェース

15 通信制御装置

【図1】



【図2】



【図3】



【図4】

